

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI SURABAYA PLAZA HOTEL**

TESIS

OLEH

YOHANES FIRANANTA SETYO ATMONO, ST
NIM : 8112407.022



NO. INDUK	
TGL TERIMA	21-04-2009
RA /	MM
BUKU	

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
JUNI 2008

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI SURABAYA PLAZA HOTEL**

TESIS

**Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
untuk memenuhi persyaratan
dalam menyelesaikan program Magister Manajemen**

OLEH

**YOHANES FIRANANTA SETYO ATMONO, ST
8112407.022**

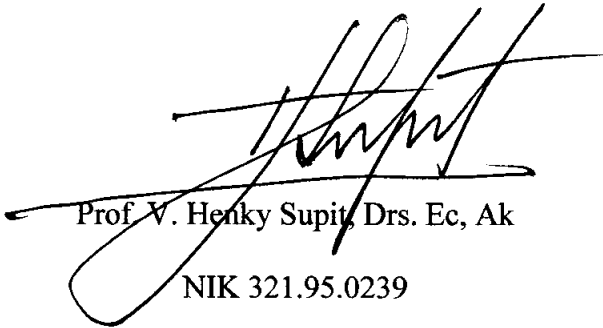
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
PROGRAM PASCASARJANA
MANAJEMEN STRATEGIK
JUNI 2008**

HALAMAN PERSETUJUAN

Tesis oleh Yohanes Firananta Setyo Atmono ini telah diperiksa dan disetujui untuk
diuji.

Surabaya, 20 Juni 2008

Pembimbing:

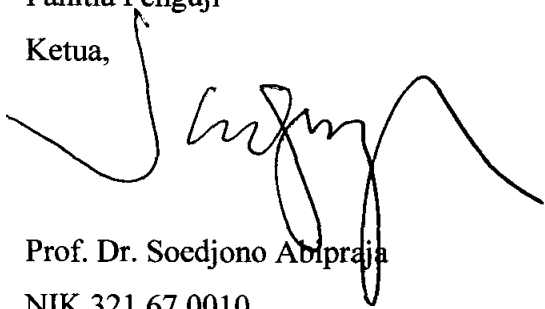


Prof. V. Henky Supit, Drs. Ec, Ak
NIK 321.95.0239

Tesis Oleh Yohanes Firananta Setyo Atmono ini telah diuji dan dinilai oleh Panitia
Penguji pada Program Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya
Pada tanggal 20 Juni 2008

Panitia Penguji

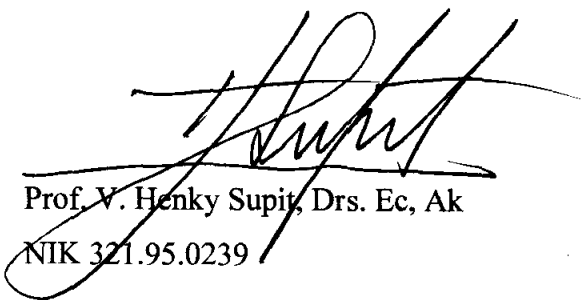
Ketua,



Prof. Dr. Soedjono Abipraja

NIK 321.67.0010

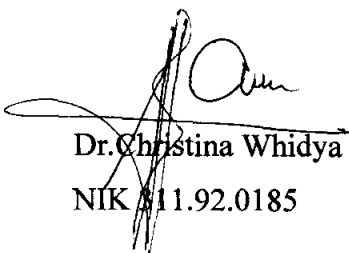
Sekretaris,



Prof. V. Henky Supit, Drs. Ec, Ak

NIK 321.95.0239

Anggota,



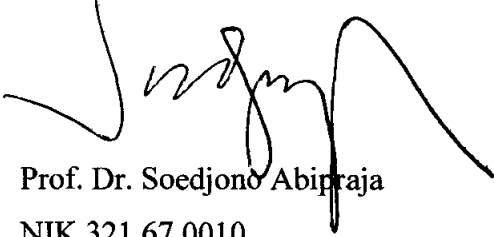
Dr. Christina Whidya Utami

NIK 111.92.0185

Tesis Oleh Yohanes Firananta Setyo Atmono ini telah diuji dan dinilai oleh Panitia
Penguji pada Program Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya
Pada tanggal 20 Juni 2008

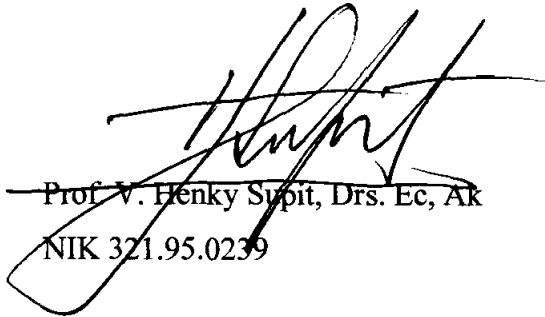
Panitia Penguji

Ketua,



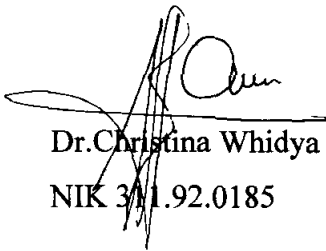
Prof. Dr. Soedjono Abipratja
NIK 321.67.0010

Sekretaris,



Prof. V. Henky Supit, Drs. Ec, Ak
NIK 321.95.0239

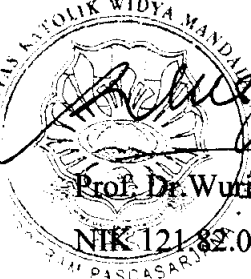
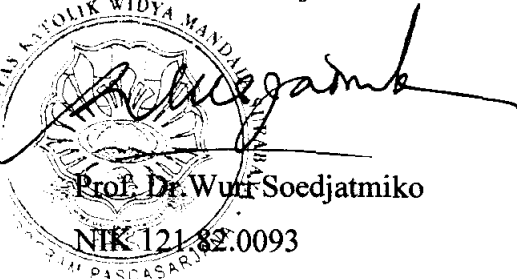
Anggota,



Dr. Christina Whidya Utami
NIK 311.92.0185

Mengetahui,

Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko
NIK 121.82.0093

UCAPAN TERIMA KASIH

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat, kemurahan dan penyertaanNya selama penulis menempuh pendidikan pascasarjana. Hormat dan rasa terima kasih sedalam-dalamnya, penulis ucapkan juga kepada :

1. Rektor dan mertuaku Prof.Dr. J.S Ami Soewandi dan Prof. Dr. Tutuk Budiati serta ibuku tercinta, Maria Agnes Susani.
2. Prof.Dr.Wuri Soedjatmiko selaku direktur pascasarjana dan Prof.Dr. Soedjono Abipraja selaku ketua program magister manajemen
3. Prof. V. Henky Supit, Drs. Ec, Ak selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bantuan dan dukungan atas penyelesaian tesis ini.
4. Istriku tersayang, Renny Yuniardini,ST,MMT dan anakku Mario Bimawan Setyo yang selalu memberikan dukungan semangat dan doa. Terima kasih untuk pengertian dan kesabarannya.
5. Kakakku Mbak Ida, Mbak Ririn, Mas Oki dan Tito. Terima kasih untuk bantuan dan dukungannya.
6. Almarhum ayahanda tercinta, Markus Antonius Toenggarso dan almarhum kakakku, Stephanus Agung Setyabudi. Terima kasih untuk segala doa, kasih dan cinta yang telah diberikan kepada kami sekeluarga.
7. Teman – teman satu kelompok MM WM (Kuswana Widyanata, Fransiskus Andreanto, Herry Sugijanto, Didik Harsoyo, Edwin Wibowo) dan seluruh teman – teman MM angkatan XV yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih untuk saat – saat indah menempuh pendidikan di MMWM. *Semper Vestri Memor Ero Quia Vos Diligo.*
8. Dosen – dosen pascasarjana Widya Mandala yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan nilai – nilai kehidupan.
9. Staf dan TU pascasarjana WM atas segala kerjasama dan bantuan yang telah diberikan.

Surabaya, 20 Juli 2008

Penulis

RINGKASAN

RINGKASAN

Pelayanan yang baik akan berdampak kepada kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas akan dapat memberikan dampak positif bagi pemasar karena pelanggan yang puas akan tetap setia dalam waktu yang lebih lama, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru, membicarakan hal - hal yang baik tentang perusahaan dan produknya, memberi perhatian yang lebih sedikit kepada merek dan iklan para pesaing serta kurang peka terhadap harga. Hal lain adalah pelanggan yang puas akan memberikan ide tentang produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan membutuhkan biaya yang lebih rendah dibandingkan jika perusahaan mencari pelanggan baru.

Surabaya Plaza Hotel sebagai pelaku industri perhotelan merasakan bahwa kualitas layanan terbaik kepada pelanggan merupakan *competitive advantage* yang tidak dapat ditiru oleh kompetitor lain. Berdasarkan hasil penelitian, terbukti bahwa secara simultan variabel kualitas layanan, yaitu daya tanggap, kehandalan, jaminan, bukti fisik, empati mempengaruhi kepuasan pelanggan Surabaya Plaza Hotel, sehingga hipotesis pertama dapat diterima. Hasil dari perhitungan uji F, diperoleh nilai $F_{hitung} (86,217) > F_{tabel} (2,21)$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut dapat terjadi karena secara bersama-sama kualitas layanan merupakan faktor penting dalam industri jasa, terutama hotel. Selain itu secara parsial variabel kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan Surabaya Plaza Hotel. Perhitungan uji parsial (uji t) diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Dari nilai tersebut berarti H_0 ditolak sehingga H_a diterima.

Sehingga diperoleh variabel dominan yaitu jaminan karena nilai koefisien regresi untuk variabel jaminan adalah sebesar 0,373, sehingga menempatkan variabel jaminan sebagai variabel dominan dalam variabel kualitas layanan yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan variabel jaminan sebesar satu maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 37% dengan asumsi variabel bebas yang lain adalah tetap.

Kata Kunci : Kualitas Layanan (Daya Tanggap, Kehandalan, Jaminan, Bukti Fisik, Empati), Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

ABSTRACT

Excellence service will affect customers satisfaction. Customers who are satisfied can give positive effects on the marketer because for those who are satisfied will be loyal for a long time, buy more when the company promotes new product, tells about the good things of the company and product itself, gives less attention to the other competitors' brand and promotion and lack of awareness towards the price. Another thing is that satisfied customers will give an idea about the product and service which are offered by the company and needs low cost compared with the company which is looking for new customers.

Surabaya Plaza Hotel as part of hotel industry feels that the best service quality to the customers becomes competitive advantage which cannot be imitated by other competitors. The result of the research shows that the dimension of service quality in Surabaya Plaza Hotel is that responsiveness, reliability, assurance, tangible and empathy prove simultaneously have influenced significant towards customers satisfaction in Surabaya Plaza Hotel. The result of F test calculation is that value of F calculation (86, 217) > F table (2,21). From that value, H_0 is rejected, so H_a is accepted. From that value, H_0 is rejected because t calculation > t table, so H_a is accepted.

Therefore, result show that dominance variable is assurance, because regression coefficient is 0,373. The result show that increasing one from that value will be followed increasing of customer satisfaction 37 %.

Key Words: Service Quality (Responsiveness, Reliability, Assurance, Tangible, Empathy) Customers Satisfaction

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PANITIA PENGUJI.....	ii
HALAMAN PENETAPAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
RINGKASAN.....	v
ABSTRACT.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	8
2.1 Pengertian Jasa.....	8
2.1 .1 Kategori Bauran Jasa.....	9
2.1.2 Karakteristik Jasa.....	10
2.1.3 Hotel sebagai Industri Jasa <i>Hospitality</i>	10
2.2 Kualitas Layanan.....	11
2.2.1 SERVQUAL.....	15
2.2.2 <i>Service Encounter</i> atau “ <i>Moment of Truth</i> ”	18

2.3	Kepuasan Pelanggan.....	18
2.3.1	Manfaat Kepuasan Pelanggan.....	20
2.3.2	Mengukur Kepuasan.....	21
2.4	Hubungan Antara Kualitas Layanan dan Kepuasan.....	22
2.5	Penelitian Terdahulu.....	25
2.5.1	Jurnal Usahawan No.07 Th XXX / Juli 2002.....	26
2.5.2	Jurnal Teknobisnis, Volume 1, Nomor 1, Juli 2004...	26
BAB 3	KERANGKA KONSEPTUAL.....	28
3.1	Kerangka Konseptual Penelitian.....	28
3.2	Hipotesis.....	30
BAB 4	METODE PENELITIAN.....	32
4.1	Rancangan Penelitian Yang Digunakan.....	32
4.2	Populasi, Sampel, Besar Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	32
4.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	35
4.4	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
4.5	Prosedur Pengambilan dan Pengumpulan Data.....	38
4.5.1	Jenis Data.....	38
4.5.2	Sumber Data.....	38
4.5.3	Kuesioner.....	39
4.5.4	Dokumentasi.....	40
4.6	Uji Validitas dan Realibilitas.....	40
4.6.1	Uji Validitas.....	41
4.6.2	Uji Realibilitas.....	42
4.7	Uji Asumsi Klasik.....	42

4.7.1	Normalitas.....	43
4.7.2	Multikolinearitas.....	43
4.7.3	Heterokedastisitas.....	44
4.7.4	Linearitas.....	44
4.7.5	Autokorelasi.....	45
4.8	Teknik Analisis Data.....	46
4.8.1	Regresi Linear Berganda.....	46
4.8.2	Analisis Korelasi dan Determinasi.....	47
4.9	Pengujian Hipotesis.....	47
4.9.1	Uji Koefisien secara Simultan (Uji F).....	47
4.9.2	Uji Koefisien secara Parsial (Uji t).....	48
BAB 5	ANALISIS HASIL PENELITIAN.....	49
5.1	Gambaran Umum Surabaya Plaza Hotel.....	49
5.1.1	Visi dan Misi.....	50
5.1.2	Struktur Organisasi.....	51
5.2	Data Penelitian.....	52
5.2.1	Karakteristik Responden.....	52
5.2.2	Frekuensi dan Persentase.....	55
5.3	Uji Validitas dan Realibilitas.....	57
5.3.1	Pengujian Validitas dan Realibilitas pada Dimensi Kualitas Layanan.....	57
5.3.2	Pengujian Validitas dan Realibilitas pada Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	60
5.4	Analisis Nilai Rata-rata Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan.....	61

5.5	Uji Asumsi Klasik.....	64
5.5.1	Uji Normalitas.....	64
5.5.2	Uji Heterokedastisitas.....	64
5.5.3	Uji Multikolinearitas.....	65
5.5.4	Uji Linearitas.....	67
5.5.5	Uji Autokorelasi.....	69
5.6	Analisis Data.....	69
5.6.1	Regresi Linear Berganda.....	69
5.6.2	Analisis Korelasi dan Determinasi.....	71
5.6.3	Analisis Variabel Dominan.....	72
5.7	Pengujian Hipotesis.....	73
5.7.1	Pengujian secara Simultan (Uji F).....	73
5.7.2	Pengujian secara Parsial (Uji t).....	74
5.7.2.1	Pengaruh daya tanggap (X_1) terhadap Y.....	75
5.7.2.2	Pengaruh kehandalan (X_2) terhadap Y.....	76
5.7.2.3	Pengaruh jaminan (X_3) terhadap Y.....	77
5.7.2.4	Pengaruh bukti fisik (X_4) terhadap Y.....	79
5.7.2.5	Pengaruh empati (X_5) terhadap Y.....	80
BAB 6 PEMBAHASAN.....		82
6.1	Analisis Nilai Koefisien Regresi secara Kualitatif.....	83
6.2	Hasil Analisis Pengaruh Variabel Kualitas Layanan di Surabaya Plaza Hotel.....	84
6.2.1	Variabel Jaminan (X_3).....	84
6.2.2	Variabel Kehandalan (X_2).....	87
6.2.3	Variabel Daya Tangap (X_1).....	89

6.2.4 Variabel Empati (X₅)..... 91

6.2.5 Variabel Bukti Fisik (X₄)..... 93

BAB 7 SIMPULAN DAN SARAN..... 96

7.1 Simpulan..... 96

7.2 Saran 97

DAFTAR KEPUSTAKAAN..... 99

LAMPIRAN..... 102

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Struktur PDB Menurut Lapangan Usaha Tahun 2006-2007 dan Triwulan I 2007-2008 (Persentase).....	1
4.1 Harga Z dan Nilai Signifikansi α	34
4.2 Variabel dan Pertanyaan Pengukuran Kepuasan Pelanggan di Surabaya Plaza Hotel.....	37
5.1 Hasil Kuesioner Terhadap Responden pada Bulan Mei 2008.....	54
5.2 Frekuensi dan Persentase.....	55
5.3 Validitas dan Realibilitas Dimensi Kualitas Layanan.....	58
5.4 Validitas dan Realibilitas Dimensi Kepuasan.....	60
5.5 Nilai Rata-rata Dimensi Kualitas Layanan dan Kepuasan.....	62
5.6 Uji Normalitas dengan <i>one sample Kolmogorov-Smirnov</i>	64
5.7 Uji Heterokedastisitas dengan Metode <i>park gleyser</i>	65
5.8 Uji Multikolinearitas dengan Nilai VIF.....	66
5.9 Uji Multikolinearitas dengan Nilai Signifikan.....	66
5.10 Nilai Z_1 pada MWD test.....	68
5.11 Nilai Z_2 pada MWD test.....	68
5.12 Uji Autokorelasi dengan Metode <i>Durbin-Watson</i>	69
5.13 Nilai Konstanta dan Koefisien Regresi Berganda.....	70
5.14 Nilai Koefisien R dan Determinasi <i>R Square</i>	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Perbandingan Kamar Tersedia dan Kamar Terjual Bulan April 2007 sampai dengan April 2008.....	4
2.1 Perbedaan Kualitas Teknis dan Kualitas Fungsional	13
2.2 Atribut SERVQUAL.....	17
2.3 <i>Moment of Truth</i> Pelanggan Saat Menginap di Hotel.....	18
2.4 Bagan Hubungan antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan....	24
3.1 Bagan Konseptual Dimensi SERVQUAL terhadap Kepuasan secara Simultan	29
3.2 Bagan Konseptual Dimensi SERVQUAL terhadap Kepuasan secara Parsial.....	30
5.1 Struktur Organisasi Surabaya Plaza Hotel.....	52
5.2 <i>Scatterplot</i> Uji Linearitas	67
5.3 Kurva Uji F.....	74
5.4 Kurva Normal X_1 terhadap Y.....	76
5.5 Kurva Normal X_2 terhadap Y.....	77
5.6 Kurva Normal X_3 terhadap Y.....	79
5.7 Kurva Normal X_4 terhadap Y.....	80
5.8 Kurva Normal X_5 terhadap Y.....	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Daftar Kuesioner.....	102
2. Hasil Kuesioner Karakteristik Pengunjung.....	106
3. Hasil Kuesioner pada Dimensi X_1 , X_2 , X_3	109
4. Hasil Kuesioner pada Dimensi X_4 , X_5	112
5. Hasil Kuesioner pada Dimensi Y.....	115
6. Perhitungan Karakteristik Pengunjung.....	118
7. Perhitungan Uji Validitas.....	121
8. Perhitungan Uji Realibilitas.....	124
9. Perhitungan Uji Asumsi Klasik.....	127
10. Perhitungan Uji Hipotesis dan Regresi.....	133
11. Tabel t.....	137
12. Tabel F.....	138
13. Kriteria Tiap Variabel.....	139